



■ 老字号“入宫”全景图 本版图片由受访者提供

首席记者
方翔

到故宫过大年：能看 能玩，还能买买买

明天,春节黄金周就将开启。七天的时间,你想好去哪里玩了吗?如果还没有计划好的话,不妨来看看故宫给你准备的春节“大餐”,不仅能看、能玩,还能买买买。

看 近千件文物展示破纪录

近年来,越来越多的人将自己的春节假期留给博物馆,到博物馆里过大年已从一个响亮的口号,成为一种时尚。这段时间,故宫博物院特举办己亥春节大展“贺岁迎祥——紫禁城里过大年”,以破纪录的近千件文物展示数量,让多种昔日皇宫过年时的装饰、活动以展览创新的形式,为观众呈现一个充满年味的紫禁城,更让观众在浓浓的文化氛围中感受别样年味。

此次展览分为文物展览和实景体验两部分。文物展览位于午门正殿和东西雁翅楼展厅,共展出文物 885 件(套)。展品主要精选自故宫博物院珍藏,并得到中国国家第一历史档案馆、沈阳故宫博物院、首都博物馆、天坛公园管理处等单位的大力支持。实景体验部分包括整个紫禁城开放区域都成为了春节文化的展场,在宫门门口张贴着寓意吉祥的春联、门神,在廊檐下装饰着华美的宫灯,在乾清宫和皇极殿的丹陛上下竖立着高大的天灯、万寿灯,总共使用仿制品超过 1000 件。

展览以“祈福迎祥、祭祖行孝、敦亲睦族、勤政亲贤、游艺行乐、欢天喜地”六大主题,全面展现清代宫廷过年习俗。展览改变了展品“排队”的摆放方式,让文物呈现更加立体。例如书画和器物对照摆放,较多地使用复原陈列等。展览也采用了动画、视频、音乐、投影、熏香等多种技术手段,丰富观众的感官体验。

“祈福迎祥”单元展示的是过年不可或缺的节物,如福字、春联、春条、门神等,不论宫廷还是民间都要使用。皇帝写“福”字是清朝宫廷的习俗,每年腊月初一,皇帝用“赐福苍生”之笔在龙笺上书写第一个“福”字,贴在乾清宫,再写十

余幅贴于其他

宫中。之后,皇帝还会陆续写一些福字,赏赐大臣与外藩。在展厅中有 5 张“福”字拼在一起,分别出自康熙、雍正、乾隆、嘉庆、道光五位皇帝御笔。

在欢愉的春节期间,祭祖是最重要的传统礼仪活动。通过祭祀活动,追思祖德,弘扬孝道。“祭祖行孝”单元中康熙乾三代皇帝的神主难得一见。众多材质优良、工艺精美的斋戒牌更是美不胜收。

“敦亲睦族”单元展示了元旦这天皇帝与宗亲、后妃分别宴饮的场景。展览以复原陈列的方式,呈现了宗亲宴上的金龙大宴桌与宗亲宴桌。宴桌摆放参照了乾隆四十八年(1783)膳档的记载,动用文物超过 100 件,十分壮观。

古代,皇帝一举一动无不牵涉国政。过年期间虽有封印仪式,以示休息,仍不免于政务。“勤政亲贤”单元重点还原了明窗开笔的场景,将养心殿东暖阁明窗在展厅搭建了出来。《国家宝藏》第二季中的明星文物——金瓯永固杯原件就放置于此。明窗开笔是皇帝新年举行的第一次书写仪式。皇帝用万年青笔书写吉语笺,为天下苍生祈福许愿。吉语笺写毕,封存于黄匣中,任何人不能开启。直到今天,人们才有幸看到它们的真容。此外,在这一单元,观众还可以看到古代最高规格的皇家交响乐团——中和韶乐。过年时,当王公大臣在太和殿向皇帝行礼、乾清宫家人向皇帝行礼,均需演奏。中和韶乐共有 18 类乐器,此次展览甄选了最有特色的 6 类作复原陈列,包括编钟、编磬、建鼓、祝(音祝)、敔(音语)、鼗(音辉)等,气势恢宏。

“游艺行乐”单元展示了过年期间的娱乐活

动。春节是中国人的团圆节,也是中国人的狂欢节。高高在上的皇帝,也会趁此佳节放松娱乐。展柜中的《冰嬉图》描绘了腊月初八太液池冰嬉的场景。八旗健儿在冰面表演各种“花样滑冰”和杂技,如倒立、舞刀、叠罗汉、舞中幡等,好不热闹!看戏也是过年时主要的娱乐活动之一。展品中有 8 件精美的戏衣,是难得一见的珍贵戏曲服装资料。配合戏台、乐器、剧本、戏画等,令人不难想见当年看戏时热闹喜庆的场面。

第六单元“欢天喜地”则指开放区域内按照清宫旧俗复原的年节装饰。春节期间的紫禁城,道道宫门张贴着年画和春联,长长廊庑悬挂着各色宫灯,乾清宫、皇极殿丹陛上下竖立着万寿灯和天灯……观众只要走进紫禁城,就能感受到浓浓的年味,获得沉浸式的体验。

玩 互动沉浸展 重拾古人趣味

“贺岁迎祥——紫禁城里过大年”在展览形式方面,引入了互动沉浸内容,以故宫藏品为原型,结合数字投影、虚拟影像、互动捕捉等方式,使展览变得更有趣味。展览从对故宫丰厚年节文化和深邃礼仪的理解提炼出发,运用数字艺术与互动技术动态还原古代年节的场景,让人们追溯历史,重拾古人趣味,也让观众体验故宫最纯正的过年盛景。

互动沉浸展览以数字艺术投影、虚拟影像、互动捕捉等形式让观众参与到冰嬉乐园、门神佑福、花开岁朝、戏幕画阁、赏灯观焰、纳福迎祥六个部分的传统年节活动之中,一幕幕曾存于书



■ 文物展示的是浓浓的年味

禁城特有的过年意象在帧秒动画间、在互动屏幕间一一苏醒。

“冰嬉乐园”源自清代皇家腊月初八观冰嬉的习俗。互动项目以《冰嬉图》为参考,画面再现“善走冰”的能手们在飘雪的冰场上排列为云卷层的大圈,形成蔚为壮观的竞赛场面。地面部分放映出抽象的冰道轨迹纹样,画面伴随观众脚步的挪移应接出现,以趣味互动的方式让体验者设想自己为风驰电掣的速滑冰手,一同参与至溜冰赏冰的情景之中。

穿过数字“冰雪乐园”,来到“堆瑞兽”交互游戏环节,作品还原了故宫典藏书画《乾隆雪景行乐图轴》中孩童堆雪狮子的场景。雪景之上加以故宫御猫、太平有象为原型的瑞兽形象,画面重现欢乐的嬉戏场景。观众面向瑞兽做出堆叠动作,将自己代入画面中正在堆雪的孩子,亲身体验古代皇宮瑞雪丰年、嬉戏游乐的欢快场景。

在“门神佑福”环节中,在红色垂纱幕帘上,投影出故宫典藏的文武门神,游客可以通过面部交互来控制门神的神态。憨态可掬的门神时而眨眼,时而微笑,既有护佑的威武又不乏生动有趣。

“花开岁朝”源于故宫典藏的岁朝图。岁朝,即一岁之始,古指农历正月初一。在交互体验中,观众挥舞手臂,墙面上巨大的祥瑞花卉便生长、绽放,各式各样的吉果滚动花枝之间,显得生机勃勃、春意盎然。

“戏幕画阁”脱胎于皇家过年看戏的娱乐方式,以及故宫留存至今的各式戏画谱本。展览现场不仅让典藏的戏谱画人物动起来,还设置了环

形屏幕,表现当代艺术对京剧的抽象演绎。在“戏幕画阁”的环形屏幕上,观众会看到艺术家以动作捕捉的动画技术制作的京剧人物,它将数字艺术与戏剧、音乐等传统艺术形式完美结合。同一段戏曲,以亦古亦今的表现形式娓娓道来。

“赏灯观焰”源于故宫藏品《十二月行乐图之正月观灯》。展览通过地屏及镜面的设置,营造出沉浸式数字艺术空间。宫殿的灯笼依次点亮,代码生成的“烟火礼花”在“夜空”接连不断地腾空绽放。火树银花插入云霄,千灯四散而变化无穷,祈福国泰民安的同时预示又一年的繁荣喜乐。

“赏灯观焰”环节的数字烟花将带领观众进入虚实交错的体验,近距离观察到烟花的每个细节动态,这无疑让观众可以有一个全新的感受。

作为数字内容合作伙伴,来自上海的 OUT-PUT 为项目提供来源于合作艺术家的数字艺术作品,以及基于故宫中国传统文元素提供数字交互创新与开发的技术支持。据悉,本次展览不单独售票,采取分时段预约方式开放,观众可通过故宫博物院门票预售系统预约参观。

本次展览不但是文物展,更是文化展。展览兼顾了学术性和通俗性。依托故宫博物院丰富的馆藏文物资源,通过仔细研读清代档案史料,展览力图将相关文物还原到历史本来的场景中去。例如,经过研究人员的努力,不但在文献中查出清早中期过年时天灯、万寿灯的使用方式、历史沿革,乃至各部分的详细尺寸;更在各个库房中找到了灯身模型、灯联小样,以及灯杆原件;并成功将它们复原出来,重新竖立在乾清宫的台基上,让康熙盛世的过年景象又在今天重新出现。

买 老字号“入宫”过大年

为了让观众在参观“紫禁城里过大年”展览的同时,享受优质服务,留下美好回忆,春节期间还将有以展示全国各地老字号产品为主题的“中华老字号 故宫过大年展”,在故宫博物院慈宁宫花园、慈宁门外广场及隆宗门外广场对参观公众开放。此次展览有来自山东、北京、天津、山西、吉

林、上海、江苏、浙江、安徽、河南,以及 5 家非物质文化遗产传承人,共计 150 家单位参加。

“中华老字号 故宫过大年展”配合故宫博物院“贺岁迎祥——紫禁城里过大年”展览的整体布局,将为春节期间来故宫参观的观众提供服务。观众在展览期间,可凭故宫博物院门票免费参观,除可观赏到富有浓郁地方特色的展品和独特技艺,还能品尝传统小吃和特色美食。

全聚德、一得阁……以及北京的风车、河南的年画、潍坊的风筝……150 家老字号商铺和非遗项目集体为故宫观众“拜年”。其中,上海市商务委率凤凰、三枪、马利、汪裕泰、金枫、大白兔、邵万生、蝴蝶、美加净等 9 家上海的中华老字号品牌亮相。

据故宫博物院院长单霁翔介绍,此次“中华老字号 故宫过大年展”为公益性文化活动,不收取“场地费”“摊位费”。为保证此次活动成功举办,故宫与参展的各老字号企业“约法三章”,首先要确保故宫文化遗产的安全,爱护古建筑和历史环境,现场不得用火用电;其次是维护中华老字号名誉,发扬诚信传统美德,确保老字号商品,特别是食品质量;此外,还要热情服务中外观众,礼貌待客,参展人员统一佩戴证件,统一着装,展现良好精神风貌。

在上海的这些老字号中,创办于清朝咸丰年间的汪裕泰,作为当年上海滩的“茶叶大王”,曾经作为贡礼进京。1895 年,慈禧太后六旬寿诞时,汪裕泰茶号精心选制了“金山时雨”茶入贡而大受称赞。1915 年,汪裕泰茶庄提供的金山时雨茶在巴拿马万国博览会被评为金奖,1926 年在美国费城世博会上又获得甲等大奖,在当时的上海广受盛誉,被称为“茶叶大王”。

据参加活动的邵万生市场总监余永敏介绍,这两天他们已经接待了许多重量级的嘉宾,“近年来,我们为了适应全国消费者的不同口味,在‘生群’基础上,又开发了更多的‘熟群’系列,‘熟群’是入门级,更多消费者爱上糟醉口味之后,其中肯定会有不少人对我们的‘生群’有兴趣。”



「冰嬉乐园」



「纳福迎祥」



「花开岁朝」



「堆瑞兽」